

Ewa Żebrowska

Massenmediale Texte

Lingwistyka Stosowana / Applied Linguistics / Angewandte Linguistik nr 2,
251-259

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Ewa ŻEBROWSKA

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Massenmediale Texte

Wir leben ohne Zweifel in der Zeit einer medialen Revolution, die von vielen Autoren und unter vielen Aspekten thematisiert wird. Der Einfluss der sog. neuen Medien auf alle Lebensbereiche ist nicht zu überschätzen, so dass ihre rasante Entwicklung dafür spricht, mediale Gesichtspunkte bei der Beschreibung von Texten stärker zu berücksichtigen. Texte als solche entwickeln eine bestimmte Perspektive auf die Wirklichkeit und modellieren sogar ihre Wahrnehmung. Sie können als Ausschnitte oder Verkürzungen der Wirklichkeit aufgefasst werden (vgl. dazu Gansel 2007: 90). Texte sind Antos (2007: 41) zufolge Modelle über sprachlich erzeugte „Welten“, d.h. über strukturierte und selektierte Sachverhaltskomplexe; mit Texten erzeugen wir wahrnehmbar sozial bedeutsame Wirklichkeiten. Texte bringen kognitive Ordnung in die Welt, so Brockmeier (2004: 282). In einer modernen Schriftgesellschaft aufzuwachsen und literal zu werden, bedeutet nicht einfach, eine bestimmte Fähigkeit oder Technik zu erlernen, sondern zu „(...) einer literalen Tradition zu gehören bedeutet, in den symbolischen Raum einer Kultur hineinzuwachsen. (...) Literalität ist zu einem universalen kulturellen Zusammenhang geworden, der die Gesamtheit unserer metasprachlichen Diskurse konfiguriert. Was wir Schrift und Schreiben nennen, steht für die Realität eines symbolischen Raums, eines literalen Diskursuniversums, welches sich schwer von der materiellen Realität moderner Gesellschaften unterscheiden lässt“ (Brockmeier 2004: 282).

Nach Bittner (2003: 80) stellen sich dabei die wichtigen Fragen, wie die neu geschaffene Wirklichkeit in Texten, die sich in den digitalen Medien seit zwei Jahrzehnten etablieren, modelliert wird sowie welchen Einfluss die Qualität digitaler Medien auf Formen und Inhalte hat. Die zur Verfügung stehenden medialen Möglichkeiten bestimmen die Grenzen und die Art und Weise der Weltmodellierung beträchtlich mit. Jäger (2004: 15) stellt an dieser Stelle das Konzept einer cartesianischen Zwei-Welten-Ontologie in Frage. Die Existenz der Wirklichkeit (darunter auch des denkenden Menschen) folgert bei Descartes aus dem Mentalen und der Kognition, was der Philosoph in seiner später berühmt gewordenen These *cogito ergo sum* formuliert hat. Die Zusammenstellung der Kognition und des Mentalen einerseits, und der Welt andererseits wird heutzutage gebrochen. Es treten nämlich

als Vermittler die (neuen) Medien auf, die nach Jäger (2004: 15) nicht mehr als Instrumente verstanden werden, die es erlauben, Botschaften aus dem Jenseits einer medienindifferenten *kognitiv-mental*en Welt in das Diesseits *materiell-kommunikativer* Verarbeitung zu transkodieren. Medien werden vielmehr als *Verfahrensformen* angesehen, die nicht lediglich äußerliche Übermittlungstechniken sind. Jäger (2004: 16) fasst sie als Operatoren auf, die die Inhalte, die sie speichern, generalisieren oder distribuieren, zugleich konstitutiv mit hervorbringen. Medien kommt also eine neue Rolle zu, die darauf beruht, dass sie zum Ort werden, wo der Sinn aktiv geschaffen und nicht erst durch Medien nachträglich verarbeitet wird. Auch die Mentalität bleibt nicht durch das Mediale unberührt, da sie nicht mehr eine präkommunikative und medienindifferente Sprache des Geistes und des Denkens ist. Mentalität wird eher als kognitiv-semiologisches Archiv gedacht, das durch jene Verfahren der Medien gespeist wird, so Jäger (2004: 16).

Die oben angeführten Thesen von Jäger sind auf Marshall McLuhan (1962), den Stammvater des auf Technik zentrierten Diskurses und der medialen Wende in den Geisteswissenschaften, zurückzuführen. Von Bedeutung sind insbesondere zwei seiner Ideen: 1. Medien gelten nicht mehr als neutrale Vehikel für Botschaften, sie haben selber vielmehr eine sinnbildende Potenz. 2. So wie das Technische der Organentlastung und-verstärkung dient, fungieren die technischen Medien als Entlastung und Verstärkung unserer Sinnlichkeit (vgl. dazu Koch, Krämer 1997: 18ff.). Damit verschiebt sich die historische Perspektive: nicht mehr die Schrift gilt als die entscheidende geschichtliche Zäsur, sondern die technischen Medien; nicht mehr Wort und Text sind Bezugspunkte für Kultur und Kommunikation. Der frühere, natürliche und unmittelbare Kontakt mit der Außenwelt geschieht heute schnell, extensiv und meist über die Medien, die den ursprünglichen authentischen Weltbezug verändern und die neuen Formen und Welten schaffen.

Für die mehr als fünfhundertjährige Periode von 1450 bis 1990 hat McLuhan das Schlagwort „Gutenberg-Galaxis“ geprägt. Das Buch in seiner modernen Form hat sich als eine neue intellektuelle Kultur- und Kommunikationstechnik bewährt. „Das Medium des Buchdrucks wird zum öffentlichen Kulturgut“ (Coy 2003: 284), das erlaubt hat, das Geschriebene zu reproduzieren. Im 19. Jahrhundert erschienen weitere Medien: autografische Medien (Fotographie, Film, Schallplatte und Magnetband), neue optische und elektrische Medien (Telegraf, Telefon, Funk). Coy (2003: 286) datiert den fortschreitenden Bruch der „Gutenberg-Galaxis“ auf das Jahr 1936, in dem der britische Mathematiker Alan M. Turing auf die Idee gekommen ist, eine Maschine zu konstruieren, die die menschliche Fähigkeit des Rechners modellieren sollte. Das Ergebnis endete mit Erfolg und hat sogar seinen Rahmen gesprengt. Dieses Gerät hat sich nicht nur als ideales Modell des „Algorithmus“ erwiesen, sondern darüber hinaus ist es zum Bauplan moderner Rechenanlagen geworden. Des Weiteren führt Coy (2003: 286) aus, dass die als ursprünglich gedachte digitale Maschine das Rechnen selbst überschritten hat. Sie ist zur Zeichenverarbeitungs-maschine geworden, die nicht nur Zahlen, sondern auch Buchstaben oder beliebige digitalisierte Signale verarbeiten konnte. Dies war eben bahnbrechend und revolu-

tionär: der Computer wurde zur Multimedia-Maschine auf der Grundlage der oben genannten Kombination einer universellen Zeichenverarbeitungsmaschine mit den Techniken der digitalen Signalwandlung. Schmitz (2004: 83) nennt den Computer eine semiotische Universalmaschine, zu deren charakteristischen Merkmalen Coy (2003: 286) zufolge gehören: Digitalisierbarkeit analoger Signale, Programmierbarkeit der Rechner, visuelle und auditive Schnittstellen am Bildschirm, interaktive Möglichkeiten zur Steuerung der Programme, offene globale Vernetzung der Computer. Das alles sind technische Möglichkeiten, die gegenüber herkömmlichen, in der Textforschung erarbeiteten Kategorien eine reflexive Distanz legen. Fix (2001: 118) weist darauf hin, dass vor diesem Hintergrund gängige linguistische Textbegriffe nicht mehr ausreichen. Die eigentliche theoretische Konsequenz umschreibt sie, wie folgt: „(massenmediale E. Z.) Texte müssen als Komplexe von Zeichen verschiedener Zeichenvorräte betrachtet werden“. Unter dem Einfluss neuer Medien wandelt sich nicht nur unsere Vorstellung von Texten, sondern unser gesamter Begriff von Kultur, unser kulturelles Schaffen.

Brockmeier (2004: 288) spricht an dieser Stelle von den Technologien des Wortes und der sprachlichen Kommunikation, die auf jeweils spezifische Weise den Umgang mit geschriebener Sprache, ihrer Produktion, Verarbeitung, Vermittlung, Speicherung und sonstigen Formen ihres Gebrauchs ermöglichen. Er nennt die Sprachtechnologien Modi geschriebener Sprache „die nicht einfach technische Einrichtungen sind, sondern semiotische Träger und Konfigurationen gesellschaftlicher Symbolsysteme, die ihre Benutzer in eine Kultur (...) einbinden“. Diese medialen Technologien haben sich gewandelt: vom handschriftlichen Kopieren von Unikaten über Buchdruck, telegraphische Textvermittlung usw. bis hin zur Computer-Revolution mit ihren vielfältigen Versionen der *online*-Literalität (E-Mail, Hypertext, Internet als Datenautobahn, elektronische Textvermittlung und -verarbeitung). Neue, computergestützte Medien haben das herkömmliche Kommunikationssystem wesentlich verändert, was nach Schmitz (2004: 84) dank der Verbreitung neuer technischer Mittel (elektronische Datenverarbeitung) im Verein mit einer modus-unabhängigen (digitalen) Notationsweise möglich war. Alle Zeichen, und zwar sprachliche als auch nicht-sprachliche, z. B. Bilder, Töne, Kurzfilme konnten auf der gleichen, technischen Grundlage und maschinenintern in der gleichen Notation, nämlich einer binären „Schrift“ dargestellt werden. Von Bedeutung sind also die technologisch bedingten Möglichkeiten der Textkonstitution, -produktion, -rezeption, -transformation und -distribution. Die Datenbasen unterschiedlicher Struktur und Funktion (Texte, Graphen, Tabellen, Bilder, Videos, Töne, Geräusche, musikalische Sequenzen) werden elektronisch verknüpft und mit entsprechenden Instrumenten (Textverarbeitung, Graphik-Programme, numerische Kalkulation, Statistik-Programme, Bildmanipulation) bearbeitet. Das Ergebnis sieht so aus, dass jedem Fenster auf dem Bildschirm ein Knoten in der Datenbasis korrespondiert, der durch entsprechende Verknüpfungen (*links*) aufgerufen, geöffnet und mit anderen Knoten verbunden werden kann. Knoten und Verknüpfungen, d.h. Texte (im semiotischen Sinne) als informationelle Einheiten und intertextuelle Verweisfunktionen sind die elementaren Bestandteile des Hypertext-Konzeptes (vgl. dazu Hess-Lüttich

1997: 136). „Hyper“ aus dem Griechischen ὑπέρ, bedeutet so viel wie: *über etwas hinaus, übermäßig*; der Terminus „Hypertext“ stammt von Ted Nelson (1965) eher als seine Vorstellung von künftiger Schreib- und Lesetechnik.

Storrer (1999: 38) unterscheidet an dieser Stelle terminologisch zwischen Hypertexten, Hypertextnetzen und E-Texten als drei Formen computergestützter Textorganisation. Ein Hypertext ist ein nicht-linear organisierter Text mit einer erkennbaren Textfunktion und einer thematischen Gesamtvorstellung. Hypertexte werden vom Hypertextsystem verwaltet und sind als Teilnetz in ein größeres Hypertextnetz eingebunden, obwohl sie auch für sich allein stehen können, z. B. auf CD-ROM publiziert, was eher selten passiert. E-Texte dagegen sind linear organisierte Texte, die als solche ausgedruckt und dann gelesen werden können (Langtexte, wie Artikel, Beiträge, Bücher, Rezensionen u.a. in druckbaren Datenformaten, z. B. als PDF-Dateien angeboten). Sowohl Hypertexte als auch E-Texte können durch Links zu einem Hypertextnetz verknüpft werden. Auf diese Weise entsteht ein weltumspannendes Hypertextnetz, das aus einer wachsenden Anzahl von Teilnetzen besteht, deren Aufbau und Inhalte sich in ständiger Veränderung befinden und in ihrer Gesamtheit nicht mehr überblickt werden können. In dem Sinne sprechen wir schon vom WWW (World Wide Web), dem hypertextuellen Dienst des Internets, das eben zur Entwicklung des Hypertext-Konzeptes wesentlich beigetragen hat.

Hypertexte als computerverwaltete Texte erlauben die Mehrfachkodierung von Daten in verschiedenen Symbolsystemen und deren Übermittlung auf mehreren Sinneskanälen. Die Grundidee ihrer nicht-linearen Textorganisation lässt sich nach Storrer (2000:227) folgendermaßen skizzieren: Der Autor eines Hypertextes verteilt seine Daten auf Module, die durch computerisierte Verweise, die sog. Hyperlinks, miteinander verknüpft sind. Es entsteht – metaphorisch gesagt – ein Wegenetz, mit den Hyperlinks als Wegverbindungen zwischen den Modulen als den Orten, an denen Daten gespeichert sind. Die Verweisverfolgung geschieht durch das Aktivieren von Linkanzeigen.

Fast alle aktuellen Hypertextsysteme verwalten unterschiedliche mediale Objekte (Text-, Bild-, Audio- und Videodateien), die in den Modulen kombiniert und/oder durch Hyperlinks verknüpft werden. Es kann also auf dem visuellen und dem auditiven Kanal kommuniziert werden und dies unter Verwendung unterschiedlicher Symbolsysteme. Webgestaltung heißt nach Storrer (2000: 228) sich bewusst für mehrkanalige Informationsvermittlung zu entscheiden und die verschiedenen Elemente zum Ganzen zu verbinden, so dass die Rezeption am Bildschirm zustande kommt. Aus dem Grunde lassen sich Hypertexte nicht ohne Wertverlust auf Papier ausdrucken. Die Autorin (Storrer 2000: 231) führt für Hypertexte auch andere Bezeichnungen an: „Mehr-als-Text“ (für großes Dokumentennetzwerk), „Noch-nicht-Text“, „interaktiver Text“, „Text-in-Bewegung“. Bolter (1997, 42) geht in seiner Definition auf die Etymologie zurück, und zwar ist Hypertext für ihn ein Text, der „immer über sich hinausgreifen möchte und Verbindungen zu anderen Texten herstellen will“. Storrer (2000: 233) bezeichnet Hypertexte auch als flüchtiges Medium. Gemeint ist dabei folgendes: Die digitale Schrift kann jederzeit verändert oder sogar spurlos gelöscht werden. Diese „Textverflüssigung“ beruht auch darauf,

dass die Anzahl von Modulen, aus denen Hypertexte im WWW bestehen, nicht fest ist, sondern sich in ständigem Auf- und Umbau befindet. In extremen Fällen ändert sich der Inhalt von Modulen mehrmals täglich oder sogar stündlich. Zusammenfassend halten wir fest: Als Hypertext bezeichnet Storrer (2000: 236): „eine von einem Hypertextsystem verwaltete Menge von Modulen, die als Resultate von Herstellungshandlungen vor dem Hintergrund einer bestimmten thematischen Gesamtvorstellung und zu einem bestimmten kommunikativen Zweck produziert werden. Textfunktion und Thema fungieren als übergeordnete Einordnungsinstanz und liefern den kontextuellen Rahmen für das Verständnis der einzelnen Module. Sie konstituieren den Hypertext als Ganzheit, deren Bestandteile durch ‚interne‘ Links zusammengehalten werden und durch externe Links mit anderen Ganzheiten in einem übergreifenden Hypertextnetz verknüpft sein können.“

In dieser Definition erscheinen Termini, die sich in der (Text)Linguistik etabliert haben: der kommunikative Zweck, Textfunktion, Thema, der kontextuelle Rahmen (=Kontext). Dieser und auch andere Versuche, wo auch weitere linguistische Termini, wie Linearisierung, Kohärenz, Verweise, Referenzverknüpfung in der Herangehensweise an das Phänomen der massenmedialen Texte erscheinen, zeugen davon, dass sich die Linguistik bemüht, mit dem bisherigen Apparat und mit ihrer Methodologie neue Phänomene zu erforschen und den Blick auf das linguistisch Wesentliche zu lenken. Das Ziel soll sein, den Hypertextbegriff an den traditionellen Textbegriff anzukoppeln, eine neue Technologie dem linguistischen Verstehenshorizont zugänglich zu machen und schließlich zu einer Definition zu gelangen, die sich in die (Text-)Linguistik integrieren lässt.

Viele Forscher nennen eben die Ent- oder Nicht-Linearisierung als das Grundprinzip von Hypertexten. Und so besteht der Hypertext nach Sager (1997: 116) nicht mehr aus einem einheitlichen sukzessive zu rezipierenden, eben linearen Text, sondern aus einem Konglomerat oder Komplex von Texten, zwischen denen sogenannte Referenzverknüpfungen (*Links*) bestehen. Wird der Text als semiotischer Komplex aufgefasst, was dann nicht mehr nur Schrifttext meint, sondern ebenso Bilder, Töne oder Filme einschließt, so wird von Hypermedia gesprochen. Hypertext- bzw. Hypermediasysteme basieren auf dem gleichen grundsätzlichen Prinzip einer netzartigen Verknüpfung unterschiedlicher, inhaltlich einheitlicher semiotischer Einheiten, den sogenannten Knoten. Jakobs (2005: 160) spricht einerseits von der nicht-linearen, andererseits aber sogar von der multi-linearen Organisation und Darstellung von Inhalten in Hypertexten. Die Nutzung ist an elektronische Umgebungen und eine spezifische Software (Hypertextsystem) gebunden. Diese Inhalte werden auf Module (*Knoten* oder *Informationale Einheiten*) verteilt, mit Markup-Sprachen wie HTML oder XML ausgezeichnet und durch elektronische Verweise (*Links* oder *Hyperlinks*) verbunden. Die Auswahl der Inhalte und damit auch die Belegung der Knoten hängt von der Intention des Verfassers ab. Knoteninhalte können gänzlich unterschiedlich realisiert werden (verbal, visuell, auditiv).

Auch die längst bewährte Hypertextdefinition von Kuhlen (1991: 27) als „Medium der nichtlinearen Organisation von Informationseinheiten“ betont die Entlinea-

risierung. Textuelle bzw. multimediale Informationen werden in der Hypertechnik nämlich in einer netzartigen Struktur miteinander verknüpft, so dass Nutzer per Mausklick oder Bildschirmberührung auf bestimmte ausgezeichnete Stellen (sogenannte Hyperlinks) zu anderen Informationseinheiten gelangen (vgl. Schmitz 2004: 87). „Die Grundidee von Hypertext besteht darin, dass informationelle Einheiten, in denen Objekte und Vorgänge des einschlägigen Weltausschnitts auf textuelle, graphische oder audiovisuelle Weise dargestellt werden, flexibel über Verknüpfungen manipuliert werden können“ (Kuhlen 1991: 13). In dieser Definition werden wiederum diverse Darstellungsmodi, Multimedialität und Möglichkeiten der freien Verknüpfung betont. Die Hyperlink-Technik bietet die Möglichkeit, unterschiedlichste Informationen an beliebig vielen Punkten untereinander zu verknüpfen und selektiv-recherchierender Nutzung durch einfachen Mausklick zugänglich zu machen.

Weingarten (2000: 283) verwendet für Links einen deutschen Namen, und zwar Kanten, deren Aufgabe es ist, einzelne Knoten zu verknüpfen, z. B. als ein Referenzsystem oder als hierarchische Anordnung. Der Leser kann sich ganz individuell entlang der verschiedenen Kanten einen Weg durch den Hypertext suchen. Als Hilfsmittel erhält er ein sog. Navigationssystem (*Browser*), das ihm einen Überblick über den Aufbau des Hypertextsystems ermöglicht. Dabei kann der textlinguistische Terminus Kohärenz brauchbar sein. Heutzutage betrachtet man in der Textlinguistik die Sinnzusammenhangskonstitution als individuellen kognitiv-prozessualen Akt und nicht mehr als objektiv gegebenen Sinn. Dem Rezipienten kommt die Rolle zu, eine (individuelle) Sinnkonstanz selbst zu ermitteln. Die Kohärenzbildung wird auf den Rezipienten verlagert. Für Hypertexte ist diese Folie Runkehl (2005: 206) zufolge ein idealer Ausgangspunkt. Sinn konstituiert der Nutzer im eigenen Rezeptionsprozess. Schmitz (2004: 88) äußert sich auch ähnlich zu dem Problem. Der Sinnzusammenhang lässt sich innerhalb jeder einzelnen Bildschirmseite realisieren, ergibt sich jedoch im Ganzen durch die recherchierende Lektüre. Nutzer haben das ganze Sinnangebot nicht vor Augen und können es nicht linear durchlaufen. Sie treffen ihre eigenen Entscheidungen über den weiteren Verlauf der Lektüre. Es ist eine Art der losen assoziativen Verknüpfung, die auch zu einer neuartigen Intertextualität führt.

Als das nächste Merkmal von Hypertexten neben ihrer Nichtlinearität nennt Sager (1997: 116) die Interaktivität. Sie besteht vor allem darin, dass Hypertext- und Hypermediasysteme einen interaktiven Zugriff auf ihre einzelnen Elemente ermöglichen, d.h. jeder Knoten kann entsprechend der vorhandenen Verknüpfungsstruktur von verschiedenen Seiten her angesteuert werden. Der Interaktionsbegriff wurde in den 80er Jahren aus der Sozialwissenschaft auf die Mensch-Maschine-Kommunikation übertragen. Als interaktiv bezeichnet man in diesem Zusammenhang Software, die auf Eingaben eines Anwenders in vorprogrammierter Weise reagiert (vgl. Storrer 2000: 234). Auch bei Freisler (1994: 19) gehört die Interaktivität neben drei anderen, und zwar neben der Entlinearisierung, Synästhetisierung und der Operationalisierung, zu den vier Hauptkriterien des Hypertextes.

Als Oberbegriff für den Zusammenklang von Interaktion, Navigation, Text und Bild erscheint bei Nielsen (2000, in: Runkehl 2005: 203) der Begriff *Usability*. Das Spannungsfeld, in dem sich Texte und Bilder in Hypertexten bewegen, ist eben durch die Verschränkung von zwei Faktoren determiniert:

- Interaktivität – die Vorstellung von Internetaktivität als *click-and-jump* bedeutet standardisierte Systemausgaben als Folge von Nutzereingaben. Eine solche einfache Interaktionsmöglichkeit ist sowohl für Bilder als auch für Texte möglich.
- Multimedialität – durch die Digitalisierung sind bislang nur getrennt auftretende mediale Möglichkeiten zusammengeführt worden. Bilder und Texte können gleichzeitig mit Audio- oder Videodaten verbunden werden.

Viele Autoren weisen bei der Beschreibung von Hypertexten eben auf diesen Aspekt hin. Der prototypische massenmediale Text ist kein rein sprachlicher mehr, sondern ein multimodaler (Schmitz 2004: 90), wobei der Terminus in dem Sinne „multimodality“ als „contemporary semiotic praxis“ von Kress/van Leeuwen (2001: 2) eingeführt worden ist. Die klassische Monomodalität, d.h. nur geschriebene Sprache, erscheint in ihrer reinen Form immer seltener. Für massenmediale Texte gilt, dass neben dem Bild jede Sinnesmodalität und alle Arten von Zeichensystemen Verwendung finden können (vgl. Stöckl 2004: 5). Die Botschaften werden bi- oder multimodal kodiert, wovon vor allem die Schrift betroffen ist, denn sie verliert ihre Autonomie und „wandert immer häufiger und tiefer in Text-Bild-Gefüge ein“ (Schmitz 2004: 127). Hypertext und Hypermedia erlauben also völlig neue, nichtlineare und zugleich multimediale Darstellungsweisen. Allein die sprachliche Information hat Meier (2002: 89) zufolge an Eigenständigkeit verloren und stellt nur noch ein Element in einem „komplexen Zeichengebilde“ dar. Die Sprache ist nur in ihrem multimedialen Kontext analysierbar. Die einzelnen sprachlichen Elemente sind untereinander oder auch mit anderen – als Cluster oder Zeichenkonglomerat – verbunden. Zu den Aufgaben von Bildern gehören u.a., die Attraktivität der Seite zu erhöhen, andererseits Gliederungs- und Orientierungshilfen, Aufmerksamkeits- und Rezeptionssteuerungssignale anzubieten, so Runkehl (2005: 207). Schriftliche Texte müssen sich nicht autonom behaupten, sondern können jederzeit auf andere visuelle und/oder akustische Zeichenformen verweisen oder sich ihnen ein- und unterordnen. So werden herkömmliche Kohärenzbedingungen, die zusammenhängenden Sinn im abgeschlossenen Wortlaut allein erwarten ließen, durch multimediale abgelöst (vgl. Schmitz 2004: 84f.). Der Autor (Schmitz 2007: 93f.) fasst diese Erscheinungen als zwei Tendenzen in der Produktion von massenmedialen Texten zusammen:

- klassische Ganzheit wird geöffnet zugunsten magazinartiger Fragmentierung; alles kann mit allem zusammengemischt werden; es sind fragmentarisierte, doch planmäßig gestaltete multimodale Sehflächen;
- die herkömmlichen Grenzen zwischen Textualität und Bildlichkeit werden aufgelöst zugunsten synergetischer Übergänge, Verbindungen und Metamorphosen zwischen Text und Bild; im Zusammenwirken von Text, Bild, Positionierung und visueller Gestaltung bieten sie Sinnstücke an.

Freisler (1994: 31) nennt diesen Prozess der verschwindenden Grenzen zwischen Schrift, Bild, Ton und Bewegung den Synästhetisierungsprozess und betrachtet ihn als inhärenten Teil des Hypertextbegriffs. Eine Verdrängung des Bildanteils im Rahmen digitaler Kommunikation und bei der Gestaltung computerverwalteter Texte ist nicht mehr wegzudenken. In Folge der immer stärkeren Verflechtung von Schrift und Bild ist zu erwarten, dass sich beide in ihrem Informations- und Kommunikationswert weiter annähern und sich gegenseitig in ihren Funktionen ergänzen. Die massenmedialen Texte werden zu einer Neudefinition von Schrift und Bild beitragen.

LITERATUR:

- ANTOS G. (2007) „*Texte machen Wissen sichtbar!*“ *Zum Primat der Medialität im Spannungsfeld von Textwelten und (inter-)kulturellen Wirklichkeitskonstruktionen*, in: Grucza F. et al. (Hgg.): *Germanistische Wahrnehmungen der Multimedialität, Multilingualität und Multikulturalität*. Materialien der Jahrestagung des Verbandes Polnischer Germanisten. Warszawa: Euroedukacja, 34-45.
- BITTNER J. (2007) *Textdesign in digitalen Medien. Das Beispiel World Wide Web*, in: Roth, K.S., Spitzmüller J. (Hgg.), 225-245.
- BOLTER J.D. (1997) *Das Internet in der Geschichte der Technologien des Schreibens*, in: Münker S./ Roesler A. (1997) (Hgg.): *Mythos Internet*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 37-55.
- BROCKMEIER J. (2004) *Literale Kultur*, in: Jäger, Ludwig/ Linz, Erika (Hgg.), 277-304.
- COY W. (2003) *Von Gutenberg zu www.gutenberg.net*, in: *Wissen und neue Medien. Bilder und Zeichen von 800 bis 2000*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 281-289.
- FIX U. (2001) *Zugänge zu Stil als semiotisch komplexe Einheit – Thesen, Erläuterungen und Beispiele*. In: Jakobs E.-M., Rothkegel A. (Hgg.): *Perspektive auf Stil. Zum 60. Geburtstag von Barbara Sandig*. Tübingen: Niemeyer, 113-122.
- FREISLER S. (1994) *Hypertext – eine Begriffsbestimmung*, in: *Deutsche Sprache* 22, 19-50.
- GANSEL Ch., JÜRGENS F. (2007) *Textlinguistik und Textgrammatik. Eine Einführung*. Göttingen: Vandenhoeck&Ruprecht.
- HESS-LÜTTICH E. (1997) *Text, Intertext, Hypertext – Zur Texttheorie der Hypertextualität*, in: Klein J., Fix U. (Hgg.), 125-148.
- JÄGER L. (2004) *Wieviel Sprache braucht der Geist? Mediale Konstitutionsbedingungen des Mentalen*, in: Jäger L., Linz E. (Hgg.), 15-43.
- JÄGER L., LINZ E. (2004) (Hgg.) *Medialität und Mentalität. Theoretische und empirische Studien zum Verhältnis von Sprache, Subjektivität und Kognition*. München: Wilhelm Fink.
- JAKOBS E.-M., LEHNEN K. (2005) *Hypertext – Klassifikation und Evaluation*, in: Siever, T., Schlobinski P., Runkehl J. (Hgg.), 159-184.
- KALLMEYER W. (2000) (Hgg.) *Sprache und neue Medien*. Berlin/New York: de Gruyter.
- KLEIN J., FIX U. (1997) (Hgg.) *Textbeziehungen. Linguistische und literaturwissenschaftliche Beiträge zur Intertextualität*. Tübingen: Stauffenburg.
- KOCH P., KRÄMER S. (1997) (Hgg.) *Schrift, Medien, Kognition. Über die Exteriorität des Geistes*. Tübingen: Stauffenburg.
- KRESS G., LEEUWEN, T. VAN (2001) *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. London: Arnold.
- KUHLEN R. (1991) *Hypertext. Ein nicht-lineares Medium zwischen Buch und Wissensbank*. Berlin: Springer.

- MEIER J. (2002) *Zwischen Textphilologie, Kulturwissenschaft und „neuen Medien“*. *Interdisziplinäre Anmerkungen und Fragestellungen zum Textbegriff*, in: Fix U. (Hgg.): Brauchen wir einen neuen Textbegriff? Antworten auf eine Preisfrage. Frankfurt a.M.: Peter Lang, 83-92.
- McLUHAN M. (1962) *The Gutenberg-Galaxy*. Toronto/Buffalo/London: University of Toronto Press.
- NELSON T.H. (1972) *As We Will Think*, reprint in: Nyce J.M., Kahn P. (1992) (Hgg.): From Memex to Hypertext: Vannevar Bush and the Mind's Machine. Boston: Academic Press, 245-259.
- NIELSEN J. (2000) *Designing Web Usability*. Indianapolis: New Riders Publishing.
- ROTH K.S., SPITZMÜLLER J. (2007) (Hgg.) *Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation*. Konstanz: Verlagsgesellschaft.
- RUNKEHL J. (2005) *Text-Bild-Konstellationen*, in: Siever T., Schlobinski P., Runkehl J. (Hgg.), 202-218.
- SAGER S. F. (1997) *Intertextualität und die Interaktivität von Hypertexten*, in: Klein J., Fix U. (Hgg.), 109-122.
- SCHMITZ U. (2004) *Sprache in modernen Medien. Einführung in Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen*. Berlin: Erich Schmidt.
- SCHMITZ U. (2007) *Sehlesen. Text-Bild-Gestalten in massenmedialer Kommunikation*, in: Roth K.S., Spitzmüller J. (Hgg.), 93-108.
- SIEVER T., SCHLOBINSKI P., RUNKEHL J. (Hgg.) (2005) *Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet*. Berlin/New York: de Gruyter.
- STÖCKL H. (2004) *Die Sprache im Bild - Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text*. Berlin/New York: de Gruyter.
- STORRER A. (1999) *Kohärenz in Text und Hypertext*, in: Lobin H. (Hgg.): Text im digitalen Medium. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 33-65.
- STORRER A. (2000) *Was ist „hyper“ am Hypertext?*, in: Kallmeyer, W. (Hgg.): 222-249.
- WEINGARTEN R. (2000) *Hypertext*, in: Glück H. (Hgg.): Metzler Lexikon Sprache. Stuttgart/Weimar: Metzler, 283.

TEXT IN MASS MEDIA

The paper is devoted to language phenomena connected with new mass media and analyzes in detail text and its new image shaped by the context of the media. It also attempts to answer the question concerning the relevance of methodology of Text Linguistics in describing this undoubtedly new phenomenon. Taking into account the contemporary research into this area the paper focuses on the so-called hyper-texts and their characteristic features.

Ślowa kluczowe: lingwistyka, mass-media, tekst, hypertext, obraz, multimodalność, aliearność, interakcja